

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan 110 angket atau kuesioner kepada responden menggunakan teknik analisis jalur untuk mengetahui pengaruh *experiential value* yang terdiri dari *service excellence*, *aesthetics*, dan *playfulness* terhadap *behavioral intention* di The Dining Room Art Deco Hotel Bandung, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *experiential value* di The Dining Room Art Deco Hotel Bandung, mendapat penilaian yang baik dari konsumen. Penilaian tertinggi diperoleh oleh dimensi *aesthetic*. Hal ini dikarenakan kemenarikan desain interior restoran yang estetik menciptakan persepsi yang baik bagi konsumen. Nilai presentase terendah terdapat pada dimensi *playfulness*, hal tersebut disebabkan fasilitas hiburan yang tersedia belum selengkap restoran hotel lainnya.
2. Tanggapan konsumen mengenai *behavioral intention* yang terdiri dari *visit intention*, *intention to spread word-of-mouth* dan *willingness to pay*, *willingness to pay a premium* di The Dining Room Art Deco Hotel Bandung mendapat nilai baik dari konsumen yang mana menunjukkan bahwa niat berperilaku konsumen di masa depan dapat dipertahankan dan sebaiknya terus ditingkatkan.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai *experiential value* memiliki tingkat pengaruh tertinggi secara berurutan yaitu *aesthetic*, *service excellence* dan *playfulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

#### **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil temuan yang telah disimpulkan pada penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai implementasi dari pengaruh *experiential value* terhadap *behavioral intention* sebagai berikut:

1. Konsumen yang bersantap di The Dining Room Art Deco Hotel Bandung dapat merasakan *experiential value* yang ada di restoran ini. *Experiential*

*value* terbukti berpengaruh pada *behavioral intention* konsumen, oleh karena itu pihak manajemen perlu mempertahankan dan meningkatkan *experiential value* yang terdiri dari *service excellence*, *aesthetic*, dan *playfulness* di The Dining Room Art Deco Hotel Bandung.

2. *Aesthetic* dirasa sudah baik tetapi restoran agar dapat menambahkan *furniture* yang lebih estetik dan lengkap. Dengan meningkatkan nilai pengalaman konsumen melalui *aesthetic* maka *behavioral intention* konsumen pun akan mengalami peningkatan yang lebih baik. *Service excellence* di The Dining Room Art Deco Hotel Bandung juga sudah cukup baik namun masih harus ditingkatkan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah memperbaiki SOP terutama pada efisiensi pelayanan yang diberikan kepada konsumen, serta dapat melakukan pelatihan rutin yang akan meningkatkan kemampuan staff dalam melayani konsumen sehingga SOP yang sudah dibuat dapat berjalan dengan baik. *Playfulness* dirasa sudah cukup baik tetapi masih perlu ditingkatkan dengan cara dapat menambahkan beberapa fasilitas hiburan lainnya seperti *uno*, *dart*, *mini football table* dll. Dimensi dari *experiential value* ini dirasa perlu dipertahankan serta ditingkatkan untuk meningkatkan *behavioral intention* di The Dining Room Art Deco Hotel Bandung.
3. *Behavioral intention* yang terdiri dari *visit intention*, *intention to spread word-of-mouth* dan *willingness to pay*, *willingness to pay a premium* di The Dining Room Art Deco Hotel Bandung mendapat nilai baik dari konsumen yang mana menunjukkan bahwa niat berperilaku konsumen di masa depan dapat dipertahankan dan sebaiknya terus ditingkatkan.
4. Dari segi pengaruhnya variabel X terhadap variabel Y. *Aesthetic* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* dalam hal ini The Dining Room Art Deco Hotel, perlu untuk terus mempertahankan dan meningkatkan *design interior* dan keestetikaan restoran demi meningkatkan konsumen di The Dining Room Art Deco Hotel sehingga dapat lebih berpengaruh terhadap *behavioral intention* konsumen.

5. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai *experiential value* di restoran lainnya. Pemilihan objek penelitian yang lebih spesifik, penambahan jumlah responden lebih banyak serta penggunaan teknis analisis penelitian lainnya sehingga penelitian ini dapat berkembang menjadi lebih baik.



